Direction des relations internationales de l'enseignement
Centre de Langue

Ressources pour les enseignants et les formateurs en français du tourisme

Auto-formation : Le tourisme en France

Crédit : ***Dominique FRIN***

Notion : La promotion de la France

La promotion de l'image de la France auprès des touristes étrangers constitue l'une des priorités du ministère délégué au tourisme.
Il s'agit à la fois d'accroître la notoriété de la France en tant que destination touristique, et de donner une image attractive de la destination, notamment en s'appuyant sur la qualité de l'offre française et de ses services, en associant à l'image générale de la France celle des régions ou celle de produits touristiques particulièrement porteurs.
Maison de la France, qui a pour mission la promotion de la France à l'étranger, mène un certain nombre d'actions en liaison avec les régions et les départements français. Son action se traduit par :

- l'analyse des marchés : analyse de la demande étrangère, études quantitatives ou qualitatives des marchés, des produits, des clientèles et veille marketing ;
- l'information du public : accueil, conseil, diffusion de brochures et d'informations sur la France et ses produits touristiques, campagnes de marketing direct et de e-marketing ;
- la réalisation de campagnes de communication : campagnes média destinées au grand public sur les marchés étrangers et ponctuellement sur le marché français ;
- la promotion commerciale : participation et organisation d'opérations de promotion commerciale collective : salons, séminaires, éductours…
- des opérations de Relations Presse et de Relations Publiques : information de la presse française et étrangère, voyages de presse à la découverte des régions françaises.

Maison de la France orchestre également la mise en œuvre de la nouvelle campagne « Bienvenue en France » qui se positionne sur les marchés étrangers pour une meilleure perception de l'accueil « à la française ». Avec elle, les professionnels s'engagent et le font savoir.
L'opération a été déclinée en Allemagne, en Espagne, en Grande-Bretagne, en Italie, aux Pays-Bas, en Suisse et aux Etats-Unis, sous la forme d'un affichage dans les aéroports internationaux.
Par ailleurs, la campagne « Bienvenue en France » est désormais inscrite sur le plan qualité France, initiative gouvernementale qui prend forme fin 2004. Il s'agit de regrouper sous un référentiel national les divers labels existants pour accroître la visibilité et la qualité de l'offre touristique de la France.